PARTS OF THE ORIGINAL DOCUMENT

ARE OF POOR REPRODUCTIVE QUALITY

CERTAINES PARTIES DU DOCUMENT ORIGINAL

SONT DE PIÈTRE QUALITÉ DE REPRODUCTION

Du Canadien errant au Chanteur sans Frontières

Profil de la musique québécoise et de ses rapports avec l'industrie du disque, les diffuseurs et la société

Par Nathalie Petrowski

Décembre 1985

Du Canadien errant au chanteur sans frontières

L'histoire récente du Québec, est une histoire qui pourrait s'écrire à travers ses chansons. Mises bout à bout, ces chansons décrivent un parcours, marquent une époque, identifient des phénomènes et contiennent toute la culture. La chanson est là depuis le début, comme une flamme vascillante dans la froide noirceur des temps, en avance sur toutes les autres formes d'expressions qui pour des raisons économiques ou religieuses, ont mis plus de temps qu'elle à se développer. Sa tradition a été précieusement conservée comme s'il en allait de la survie-même du peuple québécois.

Depuis l'Ordre du Bon Vieux Temps fondé par Champlain jusqu'au groupe The Box, en passant par la Bolduc, le Soldat Lebrun, Felix Leclec, Beau Dommage, la chanson populaire qui à la fin des années 60 est devenue musique populaire, a véhiculé et modulé les états d'âme du Québec.

Chaque époque renvoie à une chanson et chaque chanson à une réalité économique, politique ou sociale. A un point tel qu'on peut parler de rapport quasi-symbiotique entre la chanson québécoise et son public, rapport dont on ne sait, qui de la chanson ou qui de la société dont elle est issue, déteint le plus sur l'autre.

Mais si les chansons s'accumulent dans l'album de famille,elles viennent aussi par un mouvement ironique du pendule, chasser et effacer la trace des précédentes, comme si à chaque fois, les chansons refaisaient le monde et la société et règlaient leurs

comptes avec l'histoire en se livrant corps et âme aux impératifs de la mode ou alors à ceux plus cuisants de la fatalité politique.

Tout au long de son histoire, la chanson québécoise a connu des moments de pure exaltation lyrique, suivis de moments d'exacerbation politique, suivis de silences, d'absences et d'oublis.

En reprenant la thèse du sociologue français Jacques Attali, on peut dire que cette chanson a annoncé les changements politiques et sociaux à venir ou déjà en gestation. Le phénomène n'est pas propre au Québec mais propre à la nature même de toute musique. Dans le Bruits, Jacques Attali écrit:

La musique est la bande audible de la société. Elle est prophétie. Dans ses styles et son organisation économique, elle est en avance sur le reste de la société, parce qu'elle explore dans un code donné, tout le champ du possible, plus vite que la réalité matérielle ne peut le faire. Elle fait entendre le monde nouveau qui, peu à peu, deviendra visible, s'imposera, règlera l'ordre des choses; elle n'est pas seulement l'image des choses mais le dépassement du quotidien, l'annonce de leur avenir.

Cette théorie trouve son équivalence dans la musique et la chanson québécoise actuelle et passée. Cela commence aux temps de la colonisation avec les premières chansons importées par soldats des régiments royaux. Les chansons s'intitulent Vive la canadienne ou encore V'là le bon vent. Cela se poursuit avec les premières versions, signes avant-coureurs d'une prise de possession de la culture et de l'environnement. Sur la route de Louvier devient Sur la route de Berthier, Le compte de Barême devient Le marché de Varenne et Le bal chez Boulé,

Les raftmans.

Dans La chanson québécoise, miroir d'un peuple, l'auteur Pascal Normand écrit:

La fonction principale de ces chants était d'égayer les réunions des premiers colons. La tradition fut précieusement conservée pendant l'expansion de la colonie. Lorsque, dans la première moitié du XIX ème siècle, les événements politiques prennent de l'importance, un nouveau genre de chanson fera son apparition: la chanson patriotique

De cette époque patriotique restent trois chansons: O Canada, mon pays, mes amours, Beau Canada, notre chère patrie et finalement Un Canadien errant, la premier tube de la chanson canadienne à l'étranger. Trois chansons qui exaltent autant la nature que la patrie, et qui ouvrent bientôt la voie à des considérations politiques et à des chansons d'opposition.
Sous Louis-Joseph Papineau, à l'aube de la révolte des Patriotes, la chanson se fait contestaire. Après l'écrasement de la rebellion, cette chanson renonce temporairement à la contestation pour témoigner un regain d'attachement subit à la France. Louis Fréchette célèbre alors avec lyrisme sa mère-patrie et chante chante Vive la France.

Un cycle infernal vient de naître. Les héritiers vont désormais creuser toujours le même sillon, chanter la révolte jusqu'à ce que la société la fasse, puis une fois la révolte terminée et souvent perdue, regarder ailleurs et exalter tout ce qui ne renvoie pas à l'identité sans cesse menacée et toujours à

refaire.

Au tournant du siècle, la chanson populaire québécoise est moribonde et en panne d'inspiration. Personne ne semble en mesure d'éclairer le pays morne. Puis en 1930, la dépression économique réveille les esprits et salue l'arrivée au cours des Soirées du Bon Vieux Temps d'une robuste gaspésienne qui chante les misères du petit peuple. Elle s'appelle Madame Bolduc et brosse avec son franc parler et son ironie moqueuse et porteuse de préjugés, le portrait d'une société opprimée par la bourgeoisie. La Bolduc est le gros bons sens incarné. Elle offre l'image éminemment rassurante du terroir qui se tient debout et qui tient tête à la ville. Ses chansons charrient les tensions de l'exode rurale.

De 1940 à 1945, les chansons du soldat Lebrun, petit fils du Canadien errant et ancêtre de Willie Lamothe, soulignent la nostalgie de l'exil et l'arrachement du jeune et naif conscrit à la mère. Le soldat chante la France de Louis Fréchette, mais sans enthousiasme et avec de moins en moins d'attachement pour cette patrie qui le force à l'exil. L'attachement à la France est devenu attachement aux racines, encore jeunes dans leur formulation, mais déjà confrontées au déchirement que ressent l'étranger aussi bien devant la France que devant ce Canada auquel il n'appartient pas complètement.

Les années 50 marquent la naissance du rock n'roll et l'apogée de son ambassadeur Elvis Presley. Le King est interdit de séjour au Québec par le clergé. Qu'importe, le peuple cultivera son mythe quand même. Quant aux intellectuels, ils lui préfèrent déjà un certain Felix Leclerc, encore que celui-ci devra recevoir l'investiture parisienne avant d'être maître et prophète dans son pays.

Pendant ce temps-là, le voisin du sud, érige tranquillement les fondements d'un appareil industriel dont le modèle sera repris au Québec au cours des années 60. Jacques Attali écrit à ce sujet:

La musique n'est jamais vraiment devenue marchandise qu'avec la création d'un immense marché pour la musique populaire. Ce marché est le produit de la colonisation de la musique noir (rythm'n blues) par l'appareil industriel américain. Après 1955, cette entrée dans la marchandise s'affirme et le marché du Rythm n'blues des ghettos noirs du Nord s'étend vers les milieux blancs, grâce au lancement massif des 45 tours et aux programmes des stations de radio spécialisés AM. Le 78 tours disparaît et le 45 tours s'installe, grâce aux juke-box. De plus, le baby boom d'après-guerre produit une énorme demande par la jeunesse blanche, qui coincide avec la mise au point d'un produit syncrétique, prêt à y répondre en utilisant le désespoir noir pour exprimer, en le filtrant soigneusement, l'espérance de la jeunesse blanche: le rock.

Les années 60 s'ouvrent avec les espoirs de la Révolution tranquille sur fond de mutation marchande et industrielle. Dans les boîtes à chansons qui pullulent à travers la province et tricotent une réseau culturel serré, Gilles Vigneault, Pauline Julien, Claude Gauthier incarnent le règne des chansonniers. Ils émergeront des boîtes à chansons comme les chantres passionnés sinon lesapôtres du nationalisme. Leurs chansons sont au parfum du jour et s'inspirent des préoccupations politiques de la société en plein ébullition. Leurs chansons flottent comme des drapeaux dans le paysage sonore. Elles captent ce qui pré-existe dans l'inconscient collectif et servent de catalyseur et de

combustion à la cause nationaliste.

Vers la fin des années 60, un croisement de race s'opère entre la musique populaire et la chanson. Musique populaire et chansons se rencontrent pour la première fois en la personne de Robert Charlebois qui a commencé comme chansonnier avant de se convertir au rock. Aux Etats-Unis, quelques années plus tôt, Bob Dylan a opéré la même transfusion. Au début des années 70 pourtant, le croisement de race est devenu pure récupération.

Jacques Attali note ainsi que ce n'est pas la chanson qui s'est dégradée, mais la présence de la chanson degradée dans notre environnement qui a augmenté. Aujourd'hui, la dégradation universalisante, déspecifiante, est une des conditions de réussite de la répétition écrit-il.

Au milieu des années 70, le mouvement nationaliste est à son paroxysme. L'indépendance est dans l'air. Le collectivisme aussi. Les musiciens comme les hommes ordinaires revendiquent leur autonomie. A titre d'exemple, les musiciens de Robert Charlebois décident en bloc qu'ils en ont assez de servir leur maître. Ils le quittent et forment le Ville Emard Blues Band. Leur mouvement d'affirmation collective se répercute chez les nouvelles générations.

En 1972-73, les héritiers des chansonniers ne sont plus des auteurs isolés qui grattent leur guitare acoustique mais des groupes, c'est à dire des auteurs collectifs qui carburent à l'électricité. Ils ont pour nom Beau Dommage, Harmonium, Octobre, Offenbach, Contraction, Aut'Chose, les Séguins. Leurs revendications sont souvent d'ordre nationaliste, mais elles rejoignent aussi

d'autres formes de préoccupations, écologistes, pacifistes et existentialistes. Fait déterminant, ces groupes sont le produit pur béton du tissu urbain. Ils seront immédiatement suivis de groupes pure laine qui voudront retrouver leurs racines et qui feront renaître avec leurs amplificateurs "gros comme des églises catholiques" la musique folklorique.

Avec les années 80, le folklore atteint son point de saturation et son point de non-retour. Le déclin du foklore coincide avec l'échec du referendum et avec l'usure du nationalisme. La chanson québécoise vit des heures creuses et sombres. Le pays perdu, le folklore fatigué de giguer, la chanson passe du politique au privé. Pauline Julien chante les femmes, Gilles Vigneault la paternité, Felix Leclerc prend sa retraite et la génération des Dufresne, Thibeault, Charlebois, s'éclipse en France.

Cinq ans plus tard, une nouvelle génération de chanteurs, traumatisés par l'idée du nationalisme, méfiants de tout projet politique, rompt avec le passé, braque son regard vers l'extérieur, rajuste sa montre à l'heure internationale et chante désormais en anglais.

Les héros d'hier, sont maintenant défaits et oubliés. Leurs héritiers des années 80 sont aussi infidèles qu'ils sont sans mémoire. Ce ne sont plus des canadiens errants mais des chanteurs sans frontières et sans patrie. Mais leur infidélité chronique atteint un point tel d'amnésie, qu'elle ne peut qu'être le fruit d'un malaise.

Une hypothèse courante veut que le phénomène renvoie tout simplement à un mouvement de pendule. La rupture systématique avec le passé apparaît alors moins comme une négation qu'une

réaction à ce passé inachevé. C'est la théorie du boomerang qui ricoche et revient au point de départ avec dans le cas du Québec, un lot de préjugés et de complexes, qui avaient été enfouis pendant la fièvre du nationalisme, mais qui renaissent avec d'autant plus d'ardeur que le rêve nationaliste ne s'est jamais matérialisé.

Entre le Vive la France de Louis Fréchette et le Must I always remember du groupe The Box, on peut en extrapolant, trouver une continuité et conclure à une équivalence. Avec la seule différence que la prolifération des moyens de communication a radicalement changé le paysage. La chanson et la culture devenus les otages des mass media, voient le mouvement du pendule subitement suspendu.

Pour l'instant, certains signaux d'alarme comme la crise du disque et le désir des nouvelles générations de chanter en anglais, et certains redressements comme le retour précaire des boîtes à chansons où défilent depuis un an des noms comme Richard Séguin, Paul Piché, Michel Rivard (Beau Dommage), Louise Forestier, Marie-Claire Séguin, Pierre Flynn (Octobre) et Gerry Boulet (Offenbach) indiquent que la partie n'est pas encore jouée. Reste à savoir si elle est aussi perdue que certains le pensent.

Une chanson sans public et quelques chiffres inquiétants

80% de la population québécoise, âgée de 15 ans et plus, écoute de la musique. Elle en écoute souvent ou très souvent. Cette activité est pratiquée autant par les hommes que par les femmes mais à tendance à décroître avec l'âge et à se fragmenter selon le degré de scolarisation.

Parmi les différents groupes d'âge, les jeunes âgés entre 15 et 24 ans forment une clientèle aussi fervente qu'assidue. Chez les 15-17 ans, le pourcentage de consommateurs atteint le 95% Ils forment la plus grande population d'acheteurs de disques et fréquentent assidûment les disquaires de la province.

Selon une recherche réalisée en 1983 pour le compte du Ministère des affaires culturelles du Québec - Chiffres à l'appui - Volume 1 - Numéro 5 - Les Québécois et la musique: de Mozart à heavy metal - 61% des amateurs de musique écoutent et préfèrent la musique populaire. Ce genre un peu fourre-tout, regroupe dans ses rangs autant le rock, le punk, le disco que le techno-pop. Le rythme frénétique et martelé, métronomique ou militaire y fait la loi. La production des sons domine l'articulation des paroles et des idées. Dans 80% des cas, cette musique est de langue anglaise, encore que les artistes français et Québécois ont été contaminés par le "beat". Ils le reprennent à leur compte en le ponctuant de paroles, qui peu importe leur langue, sont aussi dépersonnalisées que les rythmes militaires qui les

sous-tendent.

Hors de la musique populaire, point de salut

Chez les jeunes et les moins jeunes, la musique populaire domine. Les insoumis ne font pas légion et se partagent une tarte rétrécie et fragmentée autant par l'âge que par le degré de scolarisation. Dans cette fragmentation des goûts et des allégeances, on retrouve 15% d'amateurs de musique d'ambiance ou semi-classique; 14% d'amateurs de musique classique; 7% pour la chanson à textes et 1% pour le jazz.

Bien que ces chiffres datent déjà, ils soulignent une tendance. Il suffit de les comparer avec les chiffres de 1979 - Le comportement des Québécois en matière d'activités culturelles de loisir au temps - Camille Delude, CROP 79, pour constater d'importantes et symptomatiques modifications dans les habitudes d'écoute.

En 1979, seulement 49% des amateurs de musique portaient leurs préférences sur la musique populaire. En l'espace de quatre ans, la musique populaire a connu une croissance spectaculaire. Bien que le croisement de race entre la musique populaire et chanson, soit partiellement responsable du phénomène, il n'en reste pas moins que ce croisement a évacué définitivement la chanson à textes pure et dure.

Dans le rapport du Comité consultatif sur la musique de langue française soumis le mois dernier au CRTC, on constate à quel point la chanson à textes et le créneau des auteurs-compositeurs et interprètes, a été rayés de la carte. Alors qu'en 1979, l'ADISQ avait, pour la tenue de son gala annuel recensé 41 albums, 50 microsillons dans la catégorie auteur-compositeur-interprète, en

1985 elle n'en a recensé que 12. Inversement, elle a compté 8 microsillons rock pour 79 et 20 pour 85. Finalement, la catégorie MOR (musique d'ambiance - ballades) a doublé, passant de 15 microsillons en 1979 contre 29 en 1985.

La prise d'otage des medias

En 1979, la chanson à texte accaparait 15% de l'auditoire. En 1983, elle n'intéresse plus qu'un modeste 7% Que s'est-il passé? Les chercheurs parlent d'une plus grande exposition des Québécois à la musique populaire. Ils parlent également de la diminution du nombre de chansonniers québécois et de leur absence des scènes et des ondes. Mais cette disparition cache autre chose.

D'une part, le phénomène est universel ou du moins propre à l'Occident. On n'entend pas plus à la radio américaine,les chansons de Bob Dylan ou d'Arlo Guthrie, que l'on entend chez nous les chansons de Gilles Vigneault ou de Michel Rivard. S'il n'y a pas de beat lancinant, s'il n'y a pas de hook, c'est-à-dire de ligne mélodique qui accroche immédiatement l'oreille, la chanson aussi bien écrite et signifiante soit-elle, ne passe pas la rampe.

Les medias font désormais la loi. Ils dictent les formats, commandent les recettes à suivre, sous menace implicite de non diffusion. Leur argument c'est qu'une chanson doit etre commerciale. Si elle n'est pas assez commerciale, pas assez simple et accrocheuse pour ne pas dire pas assez banale et conforme à la norme standardisée, elle pourra moisir pendant des mois sur les

tablettes.

Ainsi la plus grande exposition à la musique populaire dont parlent les chercheurs est la conséquence immédiate de ~~de~~ la prolifération des moyens de communications et de leur emprise sur la musique populaire. Avec la nuance que cette accélération ne va pas dans le sens de la multiplication (mais) dans celui de la répétition. Les auditeurs ne sont pas exposés à plus de musique populaire. Ils sont exposés plus souvent à la même musique populaire, rigoureusement standardisée et délimitée par le principe de la haute rotation, c'est-à-dire de la répétition.

A force d'être exposés à cette musique populaire, les auditeurs ont fini par l'adopter. Cela ne veut pas dire qu'ils n'ont jamais eu le choix. Dans un premier temps, les décrocheurs de la chanson (celle de Felix Leclerc ou de Sylvain Lelièvre) ont été forcément séduits par l'attrait de la nouveauté, par la puissance et la richesse de la production et par le dynamisme rythmique qu'ils trouvaient dans la musique populaire.

Au Québec de plus, cette séduction n'était pas entièrement innocente et répondait à la méfiance subite qu'inspirait le produit québécois, produit trop intimement lié à la situation politique de la province. L'auditoire, fatigué de toujours entendre parler du Québec et saturé par la chanson québécoise qui avait trop longtemps monopolisé les ondes et pollué les consciences, commençait à éprouver le besoin de changer de poste, histoire de sortir de l'isolement culturel où il avait l'impression d'avoir été confiné. A la fatigue du public s'ajoute la fatigue des auteurs-compositeurs en pleine crise post-referendaire et vivant dans un floue artistique et un creux

économique a bien des égards semblables à ceux des années 20 avant l'arrivée de la Bolduc.

Mais une fois l'attrait de la nouveauté passé et une fois que la musique populaire (celle de Michael Jackson ou de Boy George) a atteint elle aussi et beaucoup plus rapidement un point de saturation des ondes, les auditeurs sont restés accrochés. Après 1980, le produit étranger n'a plus rencontré de résistances ni de rivalités culturelles et a pu pénétrer le territoire à 200 milles à l'heure. La musique populaire anglo-saxonne a littéralement inondé les ondes, à la fois par défaut mais aussi par la force de ses moyens, aidé il est certain par le préjugé à l'endroit de tout ce qui portait l'étampe québécoise.

Ainsi même lorsque Michael Jackson et Boy George n'ont plus fait recettes, d'autres les ont remplacés immédiatement. Le taux de roulement de la musique populaire anglo-saxonne étant supérieur au taux de roulement de la chanson et de la musique populaire québécoise, le phénomène a continué à se répandre en dépit de l'indice de saturation.

Plus on en mange, plus elles sont meilleures

Les années 80 marquent donc une étape importante. La saturation devient subitement conditionnement. Alors que le public pouvait jadis brandir son degré de saturation comme une arme et changer de poste au gré de sa fantaisie, la saturation est maintenant une réalité quotidienne qui a miné tous les réflexes d'autonomie. Les goûts du public en ressortent autant nivellés que conditionnés. A force d'entendre toujours la même musique, on ne se lasse même plus. On l'a entièrement assimilée au point

qu'elle est maintenant intoxication.

Comment expliquer autrement le fait que le public québécois, saturé par le produit québécois, s'est rabattu au début des années 80, sur le produit étranger. Aujourd'hui, il devrait normalement être saturé par ce produit étranger. Or contre toute logique interne, il ne se rabat pas sur le produit québécois et continue de consommer massivement le produit étranger.

De deux choses l'une, ou bien le public a renoncé à son droit à la différence, ou bien le système est tellement efficace qu'il l'encercle de toutes parts, qu'il crée, cultive et conditionne la demande sans que le public puisse croire qu'il existe d'autre chose.

Le phénomène de répétition et de saturation, doublé du préjugés des québécois pour tout ce qui porte l'étiquette québécoise, a est maintenant à ce point implanté dans les cerveaux et enraciné dans l'inconscient qu'il ne rebute plus. Au contraire il conditionne et fait saliver comme la cloche de Pavlov. Ce qui revient à dire que ce n'est pas forcément le genre ou sa nouveauté qui recrutent les adeptes. Ce sont les moyens mis à la disposition du genre qui l'aident à se développer. Le déploiement des moyens, consacre le genre et place les adeptes devant l'évidence d'un enfermement dont ils n'ont même plus envie de s'échapper.

La chanson déportée des ondes et de la scène

Entre 1979 et 1983, la musique populaire anglo-saxonne a étendu son rayonnement et agrandi son territoire. Se faisant, elle a empiété sur les territoire des autres, notamment le territoire de la chanson québécoise, ancien chasse-gardé de l'identité.
La chanson a perdu sa place sur les ondes. On sait que le phénomène est universel. Mais au Québec et comme pour aggraver sa cause, la chanson a également perdu le réseau des boîtes à chansons, tremplin privilégié et incubateur naturel.

La tranquille désintégration du réseau des boîtes à chansons remonte à la fin des années 60. Le réseau n'a pas évolué aussi vite que la société. Son style artisanal et intimiste s'est buté au virage technologique avant de se briser contre les récifs d'une industrie naissante qui pour assurer sa rentabilité et satisfaire son ambition, avait besoin d'espace.

Tout le monde s'est mis à produire des spectacles à grands déploiements. Tout le monde s'est mis à rêver au Forum, le temple du rock américain et pourquoi pas au stade olympique.
Ces rêves de grandeurs n'auraient pas été si désastreux, n'eut été du dépeuplement des boîtes à chansons qu'ils ont entraîné. Apauvri et abandonné, le réseau des boîtes a continué à survivre, tant bien que mal et plus mal que bien.

Aujourd'hui, il existe encore des boîtes à chansons qui font presque office de musée historique. Or voila que par un curieux revirement, bon nombres de musiciens et chanteurs revenus sur terre,commencent à reconsidérer le réseau des boîtes à chansons, moins par souci d'humanisme -les boîtes à chansons étant plus intimes et plus humaines- que pour des questions bassement matérielles.

On peut y produire des spectacles pour trois fois rien, avec un piano, une guitare, pas d'éclairage et pas de système de son. Le seul problème, c'est qu'une fois de plus c'est le retour à la case départ. Si le réseau avait pu se développer normalement et consolider autant sa tradition que sa structure d'accueil, il pourrait être en ce moment d'une grande utilité aux artistes qui ne peuvent plus se produire dans de grandes salles. Mais voilà, tout est à nouveau à recommencer.

Les jeunes et la chanson: un divorce inévitable

Si le glissement vers la musique populaire est généralisée et se retrouve dans tous les groupes d'âge, le mouvement est particulièrement marqué chez les jeunes de 15 à 17 ans. La plupart des jeunes occidentaux d'aujourd'hui vivent pour et par la musique. La plupart ne peuvent concevoir une vie sans musique. Il suffit de lire leurs témoignages dans le docusent Avoir 15 ou 16 ans en 1985 - l'Univers culturel des Jeunes - Ministère de l'Education du Québec, pour saisir l'ampleur posychologique du phénomène.

Je sais pas qu'est-ce que je ferais si y avait pas de musique. Je trouve que c'est bien nécessaire dans la vie. Si y en avait pas, je pense que je l'inventrais. Admettons que j'suis bien triste ou j'suis fâché après quelqu'un ou quelquechose. J'écoute de la musique pis j'oublie tout. Ca me fait oublier pis ça me fait rêver en plus. Ca me détend ben gros. déclare un jeune.

On ne peut plus nier la fonction sociale et psychologique de la musique chez les jeunes. Dans L'univers de l'adolescent,le sociologue Eric Conan associe la montée de la musique populaire avec un déraillement du vieux système de transmission des rôles et des pouvoirs entre générations. Il écrit à ce sujet:

Il y a aujourd'hui chez le jeune occidental le sentiment de l'épuisement du modèle adulte. Le pouvoir initiateur des parents d'autrefois reposait sur leur détention d'un savoir limité, mais stable et reconductible. Cet ascendant a disparu et les parents d'aujourd'hui ne sont plus à même de rattraper leur retard, concurrencés qu'ils sont par les medias de masse de plus en plus envahissants. Dans ce contexte de déstablisation permanente des

savoirs et de leur hiérarchie, le jeune adolescent n'est plus seul à apprendre, c'est la société tout entière qui est en mouvement permanent

A la fois miroir, soupape et analgésique, la musique est devenu par son rayonnement, une sorte de rite de passage. A travers la musique populaire, les jeunes écoulent leurs obsessions, leurs phantasmes, leur idéalisme, leur morbidité, leur insécurité et leur besoin d'appartenance au groupe. Leurs modèles ne sont plus leurs parents ni leurs professeurs, mais ceux qu'ils entendent à la radio, ceux dont ils achètent les disques et qui leur dictent à travers leurs images plutôt que leurs paroles, une série de valeurs, de comportements et d'attitudes à suivre.

Jaccques Attali constate le phénomène et le dénonce:

Les jeunes voient dans la musique l'expression de leurs révoltes, le porte-parole de leurs rêves et de leurs manques, alors qu'elle est en fait canalisation de l'imaginaire, pédagogie de l'enfermement général des rapports sociaux dans la marchandise. L'enfant y apprend là son métier de consommateur, car la sélection et l'achat de la musique sont ses activités principales.

Le phénomène n'est donc pas juste propre au Québec. Il se manifeste à l'échelle de l'Occident et traverse parfois les frontières politiques comme l'ont démontrées les images du Festival international de la Jeunesse à Moscou cette année.
A Montréal comme à Moscou, les jeunes s'identifient à la musique rock et plus souvent qu'autrement à une musique de langue anglaise.

Pourquoi Skakespeare et pas Molière?

Pourquoi en anglais? Pour des raisons autant historiques, culturelles que techniques. La musique populaire est avant tout un produit de la culture anglo-saxonne d'Amérique et de Grande Bretagne. Ses deux prototypes s'appellent autant Elvis que les Beatles. Ces deux pays ont été les premiers à développer une tradition rock et une infrastructure pour la contenir. Ils avaient et ont encore une longueur d'avance sur l'Occident.

Elvis pendant les années 50 et les Beatles pendant les années 60, ont servi de modèle et d'exemple,d'abord à la jeunesse anglo-saxonne, puis à la jeunesse du monde. Aujourd'hui combien de jeunes japonais ou suédois, américains ou hollandais,rêvent de devenir des rock'n roll stars pour échapper à leur quotidien et accéder à la richesse et à la renommée instantées.

Il y a mille manières de devenir riche et célèbre, mais le rock'n roll apparaît souvent comme la solution la plus facile et la plus rapide, solution qui ne demande aucun diplôme et pratiquement pas de connaissance, sinon une connaissance sommaire de la musique (trois accords sur une guitare) et une maîtrise tout aussi sommaire de la langue. Ces connaissances limitées ont un grand avantage: elles sont accessibles à qui veut s'en emparer.

Lorsque le courant électrique du rock s'est répandu comme une rumeur ou un virus à travers l'Occident, les Etats-Unis et la Grande-Bretagne ont maintenu leur avance et continué à produire et à exporter leur produit sans jamais faire la moindre concession

linguistique. Ils n'avaient pas besoin d'en faire. Non seulement, ils étaient les pionniers respectés d'une nouvelle tradition mais leur influence était telle, que l'anglais fut décrété langue officiel du rock international.

Le cliché le plus répandu veut que la langue anglaise se prête mieux aux rythmes rock. La langue anglaise étant plus simple, plus directe, plus télégraphique que les langues latines pleines de circonvulsions grammaticales, il est plus facile d'écrire en anglais surtout si on dispose d'un vocabulaire limité.

En fait, la langue anglaise se prête mieux à la banalité standardisée de la musique populaire. Il est plus facile de ne rien dire et de le dire en anglais, que d'entreprendre la même tâche en français. La langue française est plus rigoureuse, plus précise et plus complexe. Elle commande une plus grande maîtrise de l'écriture. La langue anglaise, surtout celle retenue par la musique populaire, permet au contraire de s'en tirer plus facilement avec moins d'efforts.

A preuve, combien de groupes québécois (The Box) suédois (Abba), hollandais (Opus), français (Téléphone) écrivent des textes anglais sans avoir appris l'anglais à l'école et sans pouvoir tenir une conversation en anglais plus de 3 minutes.

Si des auteurs peuvent écrire dans une langue qui leur est étrangère, il est normal que le public puisse écouter des chansons dans une langue qu'il ne comprend pas d'avantage. Cela traduit moins une fascination pour l'anglais, qu'une perte de valeur du texte et un besoin de communiquer à travers un dénominateur commun. Le célèbre slogan de Marshall McLuhan, The medium is the message est plus que jamais réalité. A l'ère de

l'audio-visuel, les mots ont perdu leur valeur et leurs sens. Les mots ne veulent plus rien dire. Ils ont été purgés de toute passion et de toute émotion.

Les jeunes ne se reconnaissent plus à travers des mots, mais à travers des sons, des rythmes, des modulations qui ne s'adressent pas à leur raison ni à leur intellect, mais vont directement frapper à la porte de leurs émotions et de leur inconscient. A Moscou comme à Montréal, on n'a plus besoin de comprendre les paroles d'un Michael Jackson ou d'un Bruce Sprinsgteen, pour s'identifier à leur musique. Its only rock and roll, but I like it disait Mick Jagger des Rolling Stones.
La phrase est devenu adage.

Au Québec, cette réalité s'accompagne d'éléments socio-politiques qui viennent la renforcer.

- le premier est le préjugé post-referendaire qui dit que tout ce qui est québécois n'a pas de valeur, est mal fait, est en retard d'une révolution sur le monde moderne. Nous verrons à quel point ce préjugé agit sur les auteurs de musique populaire, comment il est important pour eux de ne pas sonner québécois - le son québécois étant synonyme de provincialisme et de ghettorisation- et comment il est important, capital, de sonner international, quitte à en perdre toute personnalité et toute originalité.

- le deuxième élément est le besoin d'identification au pouvoir économique qui représente pour les jeunes consommateurs la seule forme d'espoir permis. Jacques Attali écrit à ce sujet:
La musique façonne un consommateur fasciné par son identification aux autres, par l'image de la réussite et du bonheur.

Or la musique québécoise, reléguée en second plan par les diffuseurs, ghettorisée chez les disquaires, affaiblie par l'exéguité de son marché et dénigrée de part et d'autre, n'est pas en position en pouvoir. C'est une musique de perdants. Et plutôt que de défendre ses couleurs et de se ranger du côté de l'échec, les jeunes québécois choississent plutôt de se ranger du côté du plus fort, du côté du pouvoir. Ils choississent donc la musique américaine pour la puissance et l'image de réussite qu'elle contient. Cette musique nous ne savons n'est pas forcément de souche américaine. Dans bien des cas, elle arrive de Grande Bretagne et ce n'est qu'après l'investiture américaine, c'est-à-dire, après sa récupération par l'appareil industriel américain, qu'elle devient digne d'intéret.

La musique américaine offre donc aux jeunes québécois une forme d'immunité. S'ils ne peuvent exister à travers la musique québécoise, ils peuvent avec la musique américaine se donner l'illusion d'exister et surtout l'illusion d'appartenir à un groupe fort et tout puissant.

Le video-clip ou le dernier maillon de la chaîne

En 1978, l'industrie de la musique rock américaine a réalisé des profits de l'ordre de 4.31 milliards. Ce fut une année faste. L'année suivante, elle encaissait une désastreuse baisse de près de 15% avec des profits de 3.67 milliards. La situation devait se rétablir peu à peu, mais sans jamais plus égaler les faramineux profits du passé. C'est sans doute à partir de 1978, que les multinationales du disque ont commencé à se poser de sérieuses questions et ont cherché tous les moyens immaginables pour remédier à la situation.

Un de ces moyens fut le video-clip, petit fils de l'antique scopitone. Le video-clip allie le son et l'image et se présente comme une sorte de capsule publicitaire au montage rapide et au rythme trépident. Les multinationales en ont fait au début des années 80 leur principal outil de promotion. Des sommes considérables ont été dépensées pour la réalisation de ces commerciaux de trois minutes. Ainsi le célèbre clip Thriller de Michael Jackson a coûté un million. Un million pour un film de 5 minutes. Qui peut se permettre cela, sinon une culture en pleine possession de ses moyens?

L'apparition du video-clip a entraîné la création sur le câble d'une chaîne uniquement musicale, MTV. MTV diffuse 24 heures par jours, 7 jours sur 7, des video-clips, rien que des video-clips. MTV est le réseau qui a monté le plus rapidement dans l'histoire de la câblodiffusion. En moins de deux ans, 16 millions de foyers étaient abonnés à MTV. 65% des télespectateurs de MTV ont entre 14 et 34 ans.

MTV est une radio visuelle. Sa formule a été reprise par les grands réseaux américains et par les autres réseaux à travers le

monde (France, Italie, japon, Allemagne, Belgique etc.) qui intègrent dans leurs grilles-horaires souvent en fin de soirée, des programmes de video-clips. Certains pays comme le Canada par exemple, ont crée sur le câble des réseaux spécialisés. C'est le cas de Much Music.

La formule de MTV est basée sur l'effet cumulatif de la répétition. Dans une journée, les clips les plus populaires et les plus vendeurs sont diffusés à haute rotation. Les autres peuvent être diffusés, selon des sous-catégories, une fois par jour ou alors une fois par semaine.

Ce qui est intéressant avec le phénomène de MTV, c'est les études psychographiques qui ont précédées sa mise sur pied. La psychographie ne se préoccupe pas des besoins politiques ou sociaux du public-cible (les 14-34 ans), mais veille à leurs besoins strictement affectifs, à leurs émotions et à leurs fantasmes.

Pour attirer l'attention du public-cible, un public qui à l'époque n'était pas particulièrement télévore, il a fallu créer un environnement qui se démarquerait de l'environnement-télé habituel. On a donc cherché à développer le maximum d'effets visuels pour susciter le maximum d'impact psychologique.

Ces video-clips ont tous la même atmosphère irréelle, étrange, phantasmagorique.

Dans la plupart des cas, on note un divorce entre le propos de la chanson et les images. Il n'y a aucun rapport entre l'un et l'autre, peut-être parce que le propos est tellement faible qu'il est inutile de l'illustrer. Les images racontent donc leur propre histoire et renforcent à quelques exceptions près - Pat

Benatar, Boy George et Cyndi Lauper - les stéréotypes de la violence, du sexe, de la réussite sociale et de la richesse matérielle. La plupart des video-clips sont peuplés de nymphettes qui gambadent à moitié devant des machos velus, et meublés de limousines, de draps de satin sur fond d'explosion de bouteilles de champagne.

On cherche à séduire le public avec des images de richesse et de puissance. On cherche également à le gaver d'images qui entretiennent sa passivité et son isolement, et qui le font baigner dans une sorte de stupeur stéréophonique.

Le video-clip est donc le dernier maillon de la chaîne du conditionnement. Au Québec comme partout ailleurs, il a eu des effets à la fois - miraculeux sur le public qui l'a adopté inconditionnellement et - dévastateur sur l'industrie du disque locale qui ayant déjà de difficulté à produire des disques, n'était certainement pas en mesure de produire des video-clips.

En France, le gouvernement a tenté de combattre l'impérialisme du video-clip américain, en subventionnant les video-clips des artistes français. La France étant d'autant mieux placée que son industrie publicitaire a la réputation d'être la plus audacieuse et la plus imaginative au monde. On a fait appel à des cinéastes, mais il faut croire qu'ils n'étaient pas assez nombreux pour freiner l'invasion des clips américains qui continuent encore aujourd'hui à déferler sur les écrans.

Au Canada, on a voulu contourner le problème, en créant le réseau Much Music. Si le réseau a investi dans la fabrication de video-clips canadiens et contribué à une plus grande diffusion du disque canadien de langue anglaise, il n'a pas réussi ou n'a pas voulu en faire autant avec le produit québecois.

Much Music a pourtant investi dans certains video-clips québécois, - ceux de Claude Dubois et de Paul Piché - mais a diffusé ces clips à une fréquence minime et à des heures creuses. De plus, même si ces clips avaient été diffusés souvent, les consommateurs canadiens, à l'exception de ceux du Québec, n'auraient pas pu se procurer leurs disques ailleurs qu'au Québec.

Le rayonnement des clips américains au Québec a porté un dur coup à l'industrie du disque québécois. Même la trentaine de clips québécois- professionnels et amateurs - qui ont été réalisés dans la dernière année, n'ont pu rivaliser avec la centaine
de clips américains qui sortent chaque année de la manufacture.
La situation risque de s'aggraver en dépit des coûts de production
énormes qu'impliquent la fabrication de ces capsules publicitaires.
En effet, les multinationales du disque viennent de trouver un moyen
de réduire les coûts en s'associant au monde du cinéma.

Le dernier clip de Tina Turner -Thunderdome- est un indicateur du phénomène. Le clip est tout simplement un extrait, sinon la bande annonce du film Mad Max. C'est une facon pour le moins ingénieuse de vendre à la fois de la musique et du cinéma. De plus en plus de films américains d'ailleurs portent sur la musique ont recours à une chanson-thème qui revient régulièrement dans le film et qui est lancée simultanement sur les
palmarès. C'est le cas avec Back to the future, Ghoastbusters, St Elmo's Fire, Mad Max etc...

La seule façon de développer un marché pour le video-clip québécois, serait de le déplacer de la télévision aux écrans de cinéma, avant la présentation d'un film américain, par exemple. L'expérience a présentement cours avec le clip de Richard Séguin, Double vie présenté avec la version française de Back to the future. La stratégie vise à récupérer un public captif, qui n'a probablement jamais entendu parler de Richard Séguin. C'est un moyen comme un autre de se battre en territoire occupé, encore qu'il faudra produire des clips québécois au même rythme que sortent les films américains. Ce qui n'est pas encore chose faite.

Sing White: le nouveau credo de la musique québécoise

Il y a cinq ans, le premier traître qui avait la témérité de monter sur une scène au Québec et d'y parler anglais, était immédiatement envoyé au bûcher. L'anglais sur les scènes québécoises était banni comme il l'était des comptoirs du magasin Eaton. Après Speak White, le célèbre poème de Michèle Lalonde dénonçant la colonisation linguistique et culturelle des Québécois et jusqu'à l'avènement de la loi 101, la langue française était considérée menacée. Avec l'avènement de la loi 101, les Québécois ont senti- à tort ou à raison - la menace disparaître. Ils ont adopté une attitude beaucoup plus tolérante face à l'anglais. Le vent d'internationalisme qui s'est mis à souffler au lendemain du referendum, est venu lever l'interdit une fois pour toutes. Non seulement l'anglais n'était plus tabou, mais il est devenu rentable et synonyme de salut économique. L'anglais qui avait jadis fermé les portes, les ouvrait maintenant systématique. C'est du moins ce qui s'est mis à ressortir des discours des politiciens comme des musiciens.

A partir de 1982-83, une nouvelle génération de musiciens et de compositeurs québécois ont commencé à chanter en anglais. Après Speak white qui était une dénonciation, Sing White est devenu un moyen, une nécessité pour arriver à ses fins, sortir de son patelin et accéder au rêve américain. Les jeunes musiciens, ceux des groupes The Box, Men Without Hats, prétendent qu'on ne leur a jamais imposé l'anglais comme on avait pu le faire au temps de

Speak White. Non, c'est volontairement et en toute liberté de choix, disent-ils, qu'ils ont décidé de chanter en anglais.

Les témoignages à cet effet son nombreux. Jean-Marc Pisapia du groupe The Box, déclare à ce sujet: On pourra dire de moi que je suis un vendu, un minable, personne ne peut me convaincre de chanter en français. Je ne porterai pas tout seul le flambeau du français ici et je ne sauverai pas la culture d'ici. Si je chante en anglais, c'est pour le fric, pour les profits et pour multiplier mes chances sur un marché qui dépasse les frontières du Québec.

Même son de cloche chez Michel Lemieux, transfuge de la performance qui tente de mener de front une carrière européenne et américaine. Celui-ci déclare: Le Québec bouge énormément. J'ai 26 ans et ma génération se sent une identité américano-européenne, elle a le désir de communiquer cette identité-là, elle est tournée vers le monde. Carrément et sans le travers du nationalisme nombriliste. C'était peut-être une bonne chose, mais aujourd'hui il faut passer à la vitesse supérieure. Si mes références sont Bartok, Zappa ou encore Grace Jones, je ne vois pas pourquoi, je ferais quelquechose de typiquement québécois. Je ne vois pas pourquoi je me limiterais à une seule langue. Je pense faire quelquechose de typiquement terrestre, mondial.

Ces déclarations marquent une tendance qui a commencé au début des années 80 et dont le groupe Men Without Hats, a été le symbole. Les trois diplômés du collège Saint-Stanislas (un collège
privé français) ont sorti en 1983 un premier disque en anglais. Grâce aux tractations de leur gérant Marc Durand, ils ont réussi à décrocher un contrat avec une petite maison de disque

américaine.

Du jour au lendemain, leur chanson Safety Dance s'est retrouvée sur les palmarès américains et a tenu pendant 10 semaines la troisième position du Billboard, la bible de l'industrie du disque américain. Avec une seule chanson Men Without Hats a vendu en un an un million de 45 tours et plus de 500,000 microsillons. Cet exploit leur a même valu une mise en nomination au prestigieux gala des grammies de la musique américaine. Il va sans dire qu'ils sont venus apporter la preuve à tous les jeunes ~~groupes~~ québécois que le rêve américain était possible.

Men without Hats n'ont plus jamais répété leur exploit. De plus, ils ont eu toutes les difficultés du monde à sortir de nouveaux disques à la suite de démêlés légaux et financiers avec leurs compagnie de disque américaine qui s'est mis à faire pression pour qu'ils prennent une direction plus commerciale. Qu'importe. Leur réussite aussi rapide qu'éphémère, est devenu un exemple et la preuve qu'il fallait poursuivre dans la voie qu'ils avaient ouvert.

L hiver dernier au concours l'Empire des Futures stars, lancé par la poste CKOI-FM pour promouvoir la relève musicale québécoise, 90% des candidats chantaient an anglais. Cette année encore meme si le phénomène est à la baisse, 200 groupes sur 250, ont présenté des demo (cassettes de démonstration) en anglais en vue de participer au Concours l'Esprit organisé cette fois par CHOM-FM.

Dans la plupart des cas ces aspirants musiciens sont francais et parlent à peine anglais. S'Ils chantent en anglais c est parce qu'ils ont vu les autres - Men without Hats - The Box - Luba -

Corey Hart- tenter leur chance. Le phénomène est loin d'être propre au Québec. En France, de plus en plus de jeunes groupes lorgnent du côté anglophone. En Suède, le groupe Abba, un groupe maintenant millionnaire, a apporté un argument de plus au discours international. Le salut économique de l'industrie du disque, passe désormais par l'anglais et le drame c'est que jusqu'a présent, personne n'a fait la preuve du contraire.

God save le disque québécois

En conclusion si l'approvisionnement en disques québécois de langue française fait défaut, si l'appareil de production se bute constamment à un appareil américain plus large, plus puissant et rompu depuis plus longtemps que lui à la production, le vrai problème dépasse ces questions techniques. Depuis cinq ans, ce sont les discours ambiants qui minent le disque québécois, discours qui colportent autant de clichés que de faux problèmes mais qui ont leur effet et leur impact sur les nouvelles générations de musiciens et d'auditeurs.

Il est vrai que l'appareil américain a un plus grand taux de rendement et qu'il peut se permettre d'approvisionner les radios du monde entier. En même temps, il n'y a pas des millions de chansons américaines qui tournent à la radio. Ce sont dans une période donnée, toujours les mêmes dix chansons qui tournent à intervals réguliers. Ce qui indique que le manque d'approvisionnement est peut-être plus un prétexte, qu'une réalité objective. En fait c'est moins le manque d'approvisionnement que le manque de volonté des radiodiffuseurs, mais aussi des musiciens et du public.

Ce manque de volonté participe autant d'un conditionnement que d'un complexe, partagés par tous les intervenants de tous les petits pays et de toutes les cultures qui n'ont pas les moyens de leurs diffusion. Le problème ce n'est pas tant l'approvisionnement que la main mise de la culture américaine sur l'industrie musicale, le nivellement des différences et la progressive standarisation qui en découlent.

A ce chapitre, le Québec est loin d'être une exception ou un cas